



Masculinidad y café con piernas. ¿Crisis, reacomodo o auge de una “nueva” masculinidad?

Davenir da Silva Concha

Los cambios se suceden y los comportamientos humanos sorprenden aún en su continuidad tediosa, porque el deseo es una espiral móvil, un saber que va de una época a otra para hacer de la suyas a las conciencias y los cuerpos.

Andrés de Luna

Resumen

Este artículo tiene como intención contribuir y reflexionar sobre la identidad masculina y la femenina, respecto a las formas en que culturalmente los hombres y mujeres somos instruidos en guiones sexuales. Este texto está basado en un proyecto de tesis (Universidad de Chile) y la primera fase del trabajo de campo. Pretendemos reflexionar sobre la función que desempeña el *café con piernas*, como fenómeno cultural particular, y cómo se socializa la identidad masculina. ¿Es un producto mercantil donde la identidad femenina sólo constituye un gancho publicitario y exótico? Ésta y otras preguntas forman parte del planteamiento, de un proceso más amplio de una arqueología contemporánea de la identidad masculina chilena, en el que este fenómeno sólo representa una parte. Finalmente se



concluirá en identificar qué momento (auge, reacomodo o crisis) representa este fenómeno urbano sexuado para la identidad masculina.

Palabras clave: masculinidad, Chile, café con piernas, identidad heterosexual, masculino y femenino.

Abstract

This article discusses male and female identity and the ways in which culture instructs men and women on the scripts of heterosexuality in an urban context. It is based on ongoing fieldwork towards a degree at the University of Chile. With the scene of heterosexual identity and its multiple actors as a background, we aim to reflect on the function of the “café with legs” as a specific cultural phenomenon, and on how male identity is socialized. Is it a merchandising product for which the female identity is only an advertising resource and an exotic element? This and other questions are part of a wider inquiry into a contemporary archaeology of male Chilean identity, in which this phenomenon plays only a part. Our final aim is to identify which stage (rise, transformation, or crisis) this urban phenomenon represents for male identity.

Key words: masculinity, Chile, café with legs, heterosexual identity, male and female.

La oferta de café y de cuerpos femeninos se conjugan en lugares de frecuentación de algunas categorías de hombres de la ciudad. Los cafés con piernas son un fenómeno singular que caracteriza algu-



nas calles de Santiago. Se trata de una variedad de locales esparcidos en el corazón de la urbe que presentan ciertas características. Son locales en donde sólo son mujeres quienes sirven los cafés y lo hacen con escasas prendas de vestir detrás de una barra delgada, a medio metro de altura, encima de una plataforma de 15 a 20 centímetros, por lo cual el cliente varón queda con su campo visual centrado entre el busto y el ombligo de la mujer, dependiendo de su altura.

A diferencia de estos locales, en los primeros cafés o los “clásicos” cafés del centro de Santiago, como el café Caribe y Haití, que todavía persisten, era común que ellas se encontraran, y todavía se encuentran, con vestidos cortos y ceñidos al cuerpo. Cuando éstos se establecieron, alrededor de la época de 1970, tenían ventanales grandes y transparentes que, con la entrada del Barón Rojo, en la mitad de los años ochenta, como una versión más erotizada, mostraba a través de sus puertas de madera a las chicas vestidas en minúsculos bikinis a la brasileña, en un espacio más privado o “acogedor” de recepción del cliente. Basta decir que esto ocurría durante una época de fuerte conservadurismo y autoritarismo y donde, al mismo tiempo, el erotismo buscaba formatos más cotidianos.

Estos cafés son particulares en el sentido del juego visual que proponen. Como transeúnte no es posible percatarse de lo que sucede en el interior, aparte, quizá, de unas piernas que se notan a través del vidrio semitransparente (en algunos tiene una franja en altura media que tapa las caras, pero deja visible las piernas de los clientes y de las chicas). Es eso lo que, en parte, dio el nombre de “café con



piernas”. Cuando el transeúnte entra a un café con piernas, se enfrenta a espejos en casi cualquier espacio libre de las paredes e incluso el techo. Esto hace, entonces, que uno desde afuera no tenga acceso visual a casi nada, pero al ingresar se tiene prácticamente cualquier ángulo cubierto para lograr el acceso visual al cuerpo femenino. Así, vemos que hay un juego simbólico entre el *afuera*: vidrio/separación, y el *adentro*: espejo/acceso visual total.

Otro aspecto que vale la pena mencionar es que los vidrios son espejos invertidos que multiplican el espacio reducido y garantizan un acceso visual completo al cuerpo de la mujer. Este acceso simbólico mediante vidrios y espejos se realiza mediante un simulacro que apela a la categoría de mujer, más que a la persona particular que está enfrente sirviendo. El acceso visual como privilegio masculino tiene también una connotación religiosa, porque la sociedad (chilena y católica, en este caso) categoriza lo permitido/visible y lo prohibido/no visible, lo que además se regula por la edad. Teniendo la edad de un “hombre” y no de un niño, se introduce al joven al mundo de lo antes prohibido para él en tanto niño.

Los cafés con piernas, como fenómeno cultural, tienen una naturaleza contradictoria: por un lado, podemos verlos como un fenómeno de auge de espacios para hombres, en la medida que la cantidad de cafés con piernas en Santiago ha aumentado ostensiblemente durante una época, especialmente durante los años ochenta y noventa. Puesto que la gran mayoría de los clientes son hombres, se han consolidado y establecido como parte de la praxis masculina de ir a tomar un café, en tanto recorrido urbano de género, públi-



camente conocido. Es posible encontrar a mujeres que asisten a los cafés tradicionales, y muchas veces en compañía de un o una colega. Lo que es “raro” es encontrar a una mujer como cliente en un café con piernas, espacio más erotizado que los cafés clásicos, aunque no haya una regla explícita que lo prohíba.¹

¿Qué podrían los cafés representar en relación con el momento por el cual pasa actualmente la identidad masculina en Chile hoy? Los cafés con piernas podrían ser el resultado de una crisis del modelo tradicional masculino, en la medida que los espacios de homosociabilidad establecen una particular relación con lo femenino.² Es importante mencionar que las chicas que atienden se transforman en receptoras de las vivencias y sentimientos de los clientes varones y se reconocen en cierto modo como “consejeras”. Por lo tanto, los cafés con piernas resultan ser un espacio donde el cliente varón recibe no sólo el café y las piernas, sino también la posibilidad de establecer una conversación sobre su cotidianidad sin que haya consecuencias ni juicios morales en su contra. Ellas, como también las prostitutas, se convierten en las orejas y confidentes de los clientes. Al considerarlo como un simulacro —de las relaciones tradicionales de género en un nuevo escenario— me refiero a que, siendo éste un espacio claramente delimitado, apelan a los clientes varones en la medida en que es un espacio erotizado, con las mujeres

¹ Un hecho que vale la pena mencionar es cuando compartí un proyecto con unas alumnas de antropología de la Universidad de Chile un taller de etnografía experimental. Ellas se preguntaban qué pasaría si una mujer entrase en un café más erotizado. El resultado fue que ellas obtuvieron una oferta de trabajo para trabajar en un café, lo que, desde mi perspectiva, era un intento de colocarlas detrás de la barra, en lo femenino y no dejarlas como clientes. Frente a esto puede haber preguntas que podrían conllevar a futuros trabajos de etnografía urbana. ¿Qué pasaría en caso de introducir a una mujer homosexual como cliente en ese escenario de los cafés con piernas?

² Sería una relación simbólica, donde ella es una consejera erotizada, “hecha” por un hombre (dueño del café) para otro hombre. Aquí se puede detectar una relación de complicidad masculina, donde algunos “ofrecen” o, por lo menos, tornan disponible lo femenino como cuerpo y habla a otros hombres.



en bikini —sensuales y activas— y además acogedoras —atributo de la mujer en el modelo masculino hegemónico—.

Otro de los temas que puede mencionarse como uno de los puntos centrales es el pensar los cafés en su contexto: la urbe. Como transeúnte y cliente el café con piernas te acoge, pero al mismo tiempo te urge a seguir caminando. Me refiero a la constitución interna del café que, al no tener sillas, apela a que el cliente siga como transeúnte. Como elemento de atracción y retención de los clientes están, por ejemplo, los “días temáticos”, en que las chicas se visten de enfermeras, policías, diablas. Ellas apelan a personajes femeninos con un toque sensual, para que ellos “se sientan como en casa”.

Aquí nos encontramos con un elemento histórico de la masculinidad hegemónica. Como los cafés están hechos para los *juniors* y funcionarios que trabajan en bancos, AFP,³ bolsa de comercio y negocios del vecindario, los cafés suplen, por así decirlo, una demanda, en términos de economista, donde se consume un café en la compañía de una mujer en el *brunch*,⁴ de paso entre dos tareas o de camino a casa. Ahora, el por qué de esta “necesidad” de estar acompañado por una mujer para consumir un café, puede que se responda con la hipótesis de Sonia Montecino. Según ella, “el hombre chileno no sabe cómo definirse”; ahí tendríamos entonces un hombre chileno en constante necesidad de presentar(se) lo femenino como contrapeso identitario, apoyándose la autora en una

³ Administradores de Fondo de Pensiones.

⁴ Es una síntesis lingüística entre dos palabras anglófonas: *breakfast* y *lunch*. Entonces significa una comida ligera después del desayuno y antes del almuerzo.



de las premisas de la construcción de la identidad masculina de Batinder.⁵

⁵ Sonia Montecino. *Madres y huachos, alegorías del mestizaje chileno*. Sudamericana, Santiago de Chile, 1996.

Volviendo a lo anterior, los cafés ofrecen un espacio de tránsito, una distracción agradable en el aburrido transitar por la selva urbana. Se trata para el cliente sexuado y deseoso de una posibilidad de acceder o elegir un espacio “más” privado que el del trabajo, pero un poco más público que la casa. Es parte del espectáculo del erotismo, donde se teatraliza la interacción de género tradicional y ésta a su vez participa de la cultura visual contemporánea. Un ejemplo de esto son los *malls* (fenómeno reciente), que buscan captar la atención con la vista y crear fantasías del potencial cliente que puede obtener todo aquello que se encuentra detrás de esos ventanales que insistentemente recrean la abundancia de objetos.

Nos encontraríamos con la idea del reacomodo al que me refiero en el título. El hombre llega al café con piernas en un momento de recreo, ocio y tiempo libre, de manera similar a cuando el hombre llega al espacio doméstico; mientras que la mujer está “recluida” en un espacio de trabajo, donde espera al cliente para servir el café y mostrarse. El reacomodo está en que, antes, el trabajo de la mujer se daba en el espacio doméstico y no era pagado, porque se consideraba “natural” en su carácter y condición de mujer; mientras que la mujer ahora sale formalmente al mercado de trabajo, pero condicionada todavía en cuanto sujeto sexuado.

Los cafés con piernas están orientados a oficinistas, jubilados, trabajadores, técnicos que gustan de estos espacios. Algunos bus-



can encontrar enfrente a personas serviciales, una mujer atenta y complaciente que corresponde al modelo de dominación masculina. La mujer ya no se encuentra en casa y busca suplir esta dimensión que no existe en el espacio doméstico, pero sí en un espacio semi-público. Otros van a los cafés más por lo visual y voyerista del fenómeno y posiblemente otros también acuden para una suerte de autocomplacencia de verse seduciendo —aun cuando sea ficticio— a una mujer. Por otro lado, han habido reportajes en canales chilenos respecto al fenómeno de los cafés y se declara, por parte de algunas mujeres que trabajan en los cafés céntricos, que —de ahí la idea del reacomodo— el trabajo las hace autovalentes en un espacio laboral que también pone a prueba la dignidad femenina y no ceder frente a peticiones sexuales. La idea de que hay un reacomodo de la masculinidad es respecto a que con la salida masiva de las mujeres al mercado de trabajo y, por tanto, también de una mayor autoconciencia de los derechos, plantea un reposicionamiento de la forma tradicional de ser hombre, que incluye a los hombres que no encuentran sentido el ir a los cafés. La pregunta es la siguiente: ¿desde qué posición se sitúan los hombres que no son clientes a los cafés? Preliminarmente se podría aventurar en decir que hombres cercanos a diferentes corrientes religiosas, como la evangélica o pentecostal, serían los que se ausentan de estos espacios de homosociabilidad.

Gran parte de los hombres lo buscan —considerando que la identidad masculina no ha cambiado sustancialmente— por el hecho de la carencia (ciertamente en muchos casos, pero no en to-



dos) de las atenciones serviciales en “su” propio espacio doméstico.

Hay distintas masculinidades,⁶ tal como lo plantea Raewyn Connell, que están presentes en los clientes heterosexuales, de estrato medio alto, medio o medio bajo, que circulan en los cafés. Una de éstas podría ser un hombre separado que trabaja en un banco y que llega a una casa en la cual no está esperando pacientemente la mujer, con “todo listo” para su llegada triunfal. A falta de esto, él lo suple con un simulacro, una imagen, una ilusión de la contraparte del modelo masculino hegemónico. Encontramos también el hombre joven que usa el espacio de los cafés como afirmación homosocial, cuando van en un grupo de amigos a ver un partido de fútbol o a celebrar el ascenso de alguno de ellos. Otro sería que hay varones jubilados que buscan espacios de interacción con una mujer en lugares erotizados. Posiblemente, para lo cual habría que profundizar más en el trabajo etnográfico, haya también hombres homosexuales que conviven y circulan en torno a los cafés, tanto como re-accionamiento con lo femenino como para relacionarse con clientes varones.

El local de café es, entonces, para hombres heterosexuales, un micro espacio urbano de ritualización o socialización; por ejemplo, cuando un tío o un padre llevan a su sobrino o hijo, al llegar a la mayoría de edad, a los cafés, como si estuviera diciendo “siente cómo es ser verdadero hombre”. Se les socializa, en tanto juego interactivo social, respecto a la servicialidad de las mujeres y esto se da en un momento de ocio.

⁶ Connell, en *Masculinidades*, menciona que existe una pluralidad de masculinidades y no sólo una, como es muestra en las múltiples formas en que los varones toman posición frente a la referencia hegemónica de “lo masculino”.



Ahora, pensando un poco en las mujeres dentro del modelo masculino hegemónico, aparece que la identidad femenina en Chile está en gran medida constituida en referencia con la noción de altruismo, que a su vez tiene relación con el catolicismo y su visión de la mujer. Entonces, como parte de una modernidad urbana, los cafés con piernas se han instalado como una particular síntesis de la servicialidad (altruismo = ser para otro) y una erotización del cuerpo femenino. La erotización se puede pensar como un paso hacia una mujer libre, más consciente de su sensualidad, pero también la servicialidad (*habitus*) sigue presente en este fenómeno. En comparación, en el modelo de la pareja ella se funde con el marido en tanto categoría existencial y, por tanto, la servicialidad es parte de este altruismo de género que encaja, en este caso, con el personaje de la chica del café, porque combina el mercantilismo de un negocio y el altruismo presente como parte integrante de la identidad de mujer.

⁷ Enrique Moletto. "Legítima bomba al vacío. Notas a partir de un objeto etnográfico de la masculinidad". FLACSO-Chile, 2002. Tercer Encuentro de Estudios de Masculinidad/es.

⁸ Considérese que estoy pensando en la noción de estructuras estructurantes de Pierre Bourdieu.

Como dijo un querido colega⁷ en un artículo, citando a otros antropólogos, los cafés sirven, en este caso, para *pensar* la masculinidad (en hombres y mujeres). Pero aquí nos centraremos en pensar cómo vivimos la cotidianidad como seres humanos sexuados, en un ambiente urbano, en un microespacio con interacciones de densidad simbólica, y cómo eso es causa y producto⁸ de nuestro mundo social cotidiano e imaginario. Este espacio de los cafés parece ser una metáfora de un tiempo pasado, como ancla identitaria, de un deseo



de que las cosas fueran como eran antes, cuando los espacios “naturales” masculinos y femeninos no estaban mezclados ni cambiados. Esta metáfora, sin embargo, se inserta en la modernidad (o posmodernidad) en un contexto de cambio, donde la urbanidad — con su rapidez y mediante el simulacro de los deseos públicos— reactualiza la identidad femenina, al mismo tiempo que concentra/mercantiliza el placer de los sentidos en un “dos en uno”. Por algo se llama *café con piernas*, o sea, se paga por el café, pero se obtiene ilusoriamente lo femenino, simbolizado en las piernas. Lo que también tiene que ver, históricamente, con los grandes ventanales semitransparentes (lo visible), donde sólo se veían las piernas de las chicas del café, lo que era una suerte de réplica al conservadurismo de la época, cuando se erotiza el fenómeno del café con piernas.

Hay un *reacomodo* de la identidad de género tradicional porque la identidad femenina es resituada en un espacio intersticial, donde se combina la antigua servicialidad exigida por el modelo hegemónico y la erotización modernizante⁹ de lo femenino.

⁹ Tal como sucede en gran medida en la publicidad nacional e internacional.

Al mismo tiempo su aparición delata, en cierta medida, una crisis de la masculinidad, en tanto se usa como un oasis donde el hombre, que se siente criticado y se resiste a bajarse del pedestal del poder¹⁰ que está relacionado con el hecho de que los cafés aparecen y reaparecen insistentemente en una numerosa y fragmentada cantidad en el centro de Santiago.

¹⁰ Véase artículo de Paulina Salinas Meruane y Susana Arancibia Carvajal. “Discursos masculinos sobre el poder de las mujeres en Chile. Sujetos y subjetividades”, *Última Década*, núm. 25, CIDPA, Valparaíso, diciembre de 2006, pp.65-90.



Ahora bien, viendo el café con piernas en tanto ilusión o espectáculo y, por tanto, en parte reflejo de la estructura de género y sus posibles cambios en Chile, es factible saber bastante respecto a las preguntas que podemos hacer acerca de nuestra cotidianidad. ¿El

¹¹ Cfr. Guy Debord. *La sociedad del espectáculo*. Madrid, 1967. Disponible en: http://www.pamiela.org/sociedad_espectaculo/EspectO.htm

café sólo representa un pasado modernizado en un *homo optionis*, donde se puede elegir el espectáculo que se quiera?¹¹ ¿dónde se centra el atractivo del café?; ¿en la servicialidad, en lo transitorio, en lo público, en lo heterosexual o en lo erótico?

Los debates mediáticos en el diario *Las Últimas Noticias* sobre el fenómeno de los cafés y los incursiones de Joaquín Lavín (ahora ex alcalde de la comuna de Santiago) para regularizar las actividades de los cafés, para que no caigan en la prostitución —esto es, en servicios sexuales por dinero—, no hacen que los cafés *per se* se vuelvan “más” igualitarios en términos de género, sino simplemente que actúan en lo públicamente correcto. Lo que sucede es que de manera indirecta se separa a las mujeres en dos categorías: “decentes” y “putas”. Nada nuevo si seguimos la historia del género en América Latina. Junto con esto, en el debate público cotidiano se omite la desigualdad estructural y fundamentalmente simbólica entre mujeres y hombres.

El intento de “purificar” y “desmitificar” los cafés con piernas ¿a qué lleva realmente?; ¿alguna vez se ha pensado en la posibilidad de su no existencia? Como estructura simbólica, el café con piernas reactualiza el formato de la norma heterosexual (transformar al niño en hombre y crear el deseo de ser “algo” para ser parte de una



comunidad imaginaria, en este caso, “los hombres”). Ahí, el encuentro público de lo femenino con lo masculino actúa como un bello ejemplo (léase políticamente correcto) de espacio de convivencia de los sexos, en vez de “guerra de los sexos”. Pocas veces se pregunta por la real igualdad de género, puesto que la necesidad de ritualizar e imaginar las diferencias sigue siendo, al parecer, culturalmente necesaria y vigente. El acto femenino de cuidar, acoger, recibir y escuchar recibe un valor diferente al estar inserto en la actividad económica de las mujeres, que es reforzada además por la interacción simbólica que se da en el interior de un café y como parte de la praxis masculina. Las chicas sirven el café y su trabajo, en tanto individuo perteneciente a un género, es atender, recibir y “cuidar” al cliente varón en su tiempo de ocio. El varón es el sujeto activo en la medida en que es él quien opta por una de las chicas en la barra, pero también escoge a cuál de tantos cafés existentes en el centro de Santiago irá. Por tanto, la interacción que se instala en la praxis de los cafés con piernas reinstituye un guión de género diferenciado.

¿Basta para una real igualdad, como se intenta hacer —parcialmente— en el debate mediático chileno, plantear que las mujeres que trabajan en los cafés son dignas de respeto e igual de “puras” que las demás, cuando el feminismo¹² ya lleva con el lema de la igualdad una lucha de casi cien años, en diversas esferas? No, por dos razones.

Primero, separan a las mujeres en dos estereotipos (la mujer “buena” ofrece servicios sexuales y la mujer “mala” es

¹² Cfr. Simone de Beauvoir. *El segundo sexo*. “Introducción”. Cátedra, Madrid, 1999.



¹³ Con esto quiero decir que los cafés como fenómeno es un tema de conversación social cotidiana en donde los sujetos se sitúan a favor o en contra de la existencia de los locales.

simbólicamente una prostituta) y se legitiman los cafés como espacios de socialización y de referencia social de género,¹³ sesgada de las formas de “ser hombre” y “ser mujer”. La madre/esposa erotizada sería entonces la figura simbólica quien “ofrece” el café (los dueños) a sus clientes porque se sitúa entre estos dos estereotipos, la madre que está asociada a la servicialidad, localizado en el café con leche. Y la prostituta se asocia a la oferta de su cuerpo (en este caso visual) al que puede pagar.

Y entonces, como segundo punto, se simplifica a la/s mujer/es en tanto categoría de género y en tanto individuo real.

En el fondo, lo que quiero decir, aparte del discurso igualitario, es que al consumir un café en compañía de una mujer en bikini, no se está consumiendo más que a sí mismo y la ilusión de ser un “verdadero” hombre, en vez de ser un encuentro entre iguales, porque los cafés están pensados *para* los hombres. Al café con piernas se puede pensar que se va exclusivamente para consumir café; sin embargo, este argumento no muchos lo creen, porque hay suficientes cafés “normales” en el centro de Santiago, donde se puede ir sólo a consumir café. En realidad, se eligen los cafés con piernas porque ahí hay un valor simbólico añadido: las piernas. El café con piernas y la interacción simbólica que ahí se realiza lo hace diferente de otros locales. El café se torna entonces en una excusa de 500 pesos, puesto que se va a ver a las mujeres que lo sirven.

Pero no es necesariamente esto lo que está detrás ni la discusión moral que esa afirmación suscita, sino que, en parte, el motivo por



el que se va —como hombre/antropólogo e incluyéndome— a tomar un café en los cafés con piernas es para consumirse a sí mismo, en tanto sujeto sexuado. El varón va a los cafés con piernas para “sentirse más masculino”, aunque de modos distintos. Puede ser como un abuelito viudo —praxis compensatoria—, como un hombre del mundo bancario —praxis de ostentación—, como un joven que ritualiza su entrada en la esfera de lo adulto —praxis del rito de pasaje comunitario—, y seguramente otros más, todos buscando lo femenino con vistas a afirmarse (identidad por oposición, véase Badinter).

Puede que lo que ocurre en los cafés no diste mucho de las formas de “aprender” la masculinidad de forma tradicional, aunque haya ciertos cambios en la estructura de género que vale la pena destacar y que representan un cambio más de lo femenino que de lo masculino. Los cafés constituyen una solución “pop” y públicamente aceptada de los hombres para buscar en un consumo (de sí mismo y del café) una identidad masculina tradicional (con sus posibles consecuencias, como una acentuada misoginia, que supone que las mujeres están hechas para servir al hombre), lejos de una identidad diferente, pero al parecer todavía necesaria, para definirse como hombre y como masculino.

Es necesario también mencionar que la investigación preliminar hecha sobre los cafés con piernas podría también plantearse como investigación de la identidad femenina. Sabemos por Marta Lamas, Elizabeth Badinter, Simone de Beauvoir, Maurice Godelier, Pierre Bourdieu, Victor Seidler, etc., que el género es una categoría relacional y, en cuanto tal, mi curiosidad ha pretendido desen-



tramar también, de forma rudimentaria y inicial, la identidad femenina, pues en relación con ella nos (los hombres) formamos como seres humanos y nos reflejamos en distintas etapas de la vida personal. En mi opinión, muchos de los problemas detectados en la masculinidad y las inmersiones sin rumbo en lo masculino son, en realidad, una indefinición de lo masculino en relación con lo femenino. No basta con una *identidad de contraste* donde se defina lo masculino por lo no femenino. Debe haber una autorreflexión en los planos llamados estructurales por R. Connell, por parte de los hombres —y como seres humanos—, para hacer consciente las ideas misóginas, homofóbicas y xenófobas que usamos.

Para terminar, encontramos en los estudios de género el desafío

para una posible “nueva masculinidad”. A mi parecer,¹⁴ hay que definirse como ser humano en cuanto sujeto sexuado, sin buscar la solución en la inmediatez contemporánea, como, por ejemplo, mediante

los postulados del movimiento mitopoético (Robert Bly e Iron John), que busca una identidad mítica perdida en los arquetipos, lo que a su vez puede no ser otra cosa que reforzar las formas tradicionales de lo masculino. Ni tampoco moldeándonos con las imágenes masculinas mediáticas típicas del narcisista contemporáneo, como el *metrosexual*, lo que no quiere decir que no sea parte del proceso histórico y cultural, si bien se trata sólo de un paso en el camino.

Finalmente, entonces, estaría yo inclinado a pensar que todavía no vemos ni hemos alcanzado una “nueva” masculinidad, sino ten-

¹⁴ Como también lo estima el periodista argentino Sergio Sinay en su libro *La masculinidad tóxica*.



tativas de reproducción y/o cambio dentro/desde una crisis. El fenómeno de los cafés con piernas expresa cómo, frente a la actual crisis de la masculinidad tradicional, éste se reacomoda ante los retos momentáneos de una petición de transformaciones de género más profundas, tanto en los hombres como las mujeres de hoy.

Bibliografía

- BADINTER, Elizabet. XY. *La identidad masculina*. Alianza, Madrid, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *La dominación masculina*. Anagrama, Barcelona, 2000.
- DE BEAUVIOR, Simone. *El segundo sexo*. Cátedra, Madrid, 1999.
- CONNELL, Robert. *Masculinities*. University of California Press, Berkeley, 1995.
- DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Madrid, 1967. Disponible en: http://www.pamiela.org/sociedad_espectaculo/EspectO.htm
- MONTECINO, Sonia. *Diálogos sobre el género masculino en Chile*. 1998. Disponible en: <http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/libros/masculino/osespre.htm>
- *Madres y huachos, alegorías del mestizaje chileno*. Sudamericana, Santiago, 1996.